独立行政法人
国民生活センター

国民生活センターについて

平成27年10月

独立行政法人国民生活センター

平成２６年１０月

国民生活センターの「使命」と「行動指針」

国民生活センターの使命

国民生活センターは、消費者問題・暮らしの問題に取り組む中核的な実施機関として、消費者・生活者、事業者、行政を「たしかな情報」でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現します。

国民生活センター役職員の行動指針

わたしたち国民生活センター役職員は、「国民生活センターの使命」を達成するために、以下の指針に則って行動します。

○現場の強みと消費者・生活者の声を活かします

消費生活相談や商品テストなどの消費者問題・暮らしの問題に取り組む現場の強みと、日々寄せられる消費者・生活者の声を毎日の業務に活かします。

○消費者・生活者の目線を大切にします

いつでも、だれにでも起こりうる消費者問題・暮らしの問題に対応するために、消費者・生活者の目線で、広い視野から問題を深く掘り下げます。

○個人の主体性と組織の一体性を発揮します

個人の主体性と、組織のチームワーク・一体性を発揮し、絶えず創意工夫を重ねながら、消費者問題・暮らしの問題の解決に取り組みます。

○すばやく・的確に・分かりやすくを心がけます

すばやく・的確に・分かりやすくを心がけ、消費者・生活者の声を「たしかな情報」としてまとめ、すべての消費者・生活者、事業者、行政に広く行き届くように努めます。

○専門組織としての知見と精神を引き継ぎます

消費者問題・暮らしの問題に取り組んできた専門組織である国民生活センターの一員として、これまで培ってきた知見と精神を引き継ぐとともに、専門性をさらに向上させます。

独立行政法人 国民生活センター

1. 国民生活センターの組織概要

(1) 目的	**【消費者基本法 第25条】** ・国民の消費生活に関する情報の収集及び提供 ・事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談 ・事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決 ・消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等 ・役務についての調査研究等 ・消費者に対する啓発及び教育等 における中核的な機関として積極的な役割を果たす **【独立行政法人国民生活センター法 第3条】** 国民生活の安定と向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施
(2) 沿革	・昭和45年(1970年)10月 ： 特殊法人国民生活センター発足 ・平成15年(2003年)10月 ： 独立行政法人国民生活センターへ組織変更
(3) 所在地	・相模原事務所 ： 神奈川県相模原市中央区弥栄3-1-1 ・東京事務所 ： 東京都港区高輪3-13-22
(4) 役職員	・役員 ： 6名(理事長 松本恒雄、理事3名、監事(非常勤)2名) ・職員 ： 120名(平成27年10月1日現在)
(5) 予算 (運営費交付金)	・平成26年度当初予算: 2,717百万円 ・平成27年度当初予算: 2,851百万円

2. 国民生活センターの業務

国民生活センター

① 相談

- 消費生活センター等では解決困難な相談の処理方法等をアドバイス〔経由相談〕
- 「消費者ホットライン」で最寄りの消費生活センター等に繋がらなかった相談の受付〔平日バックアップ相談等〕
- 相談に基づく注意喚起、制度等に関する改善要望

② 相談情報の収集・分析・提供

- PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム）を通じた相談情報の収集・分析
- 相談情報に基づく情報提供（報道機関からの取材、国会・中央省庁、警察、裁判所、弁護士会、適格消費者団体からの照会等）

③ 商品テスト

- 消費生活センター等における苦情相談解決のためのテスト
- 被害の未然防止・拡大防止の注意喚起のためのテスト
- 注意喚起のためのテストに基づく商品改善、規格・基準等に関する改正要望

④ 広報・普及啓発

- 消費者に注意喚起情報を提供するための記者説明会、出版物、リーフレット、ホームページ等を通じて、広報・普及啓発及び巡回訪問事業を通じた支援

⑤ 教育研修・資格制度

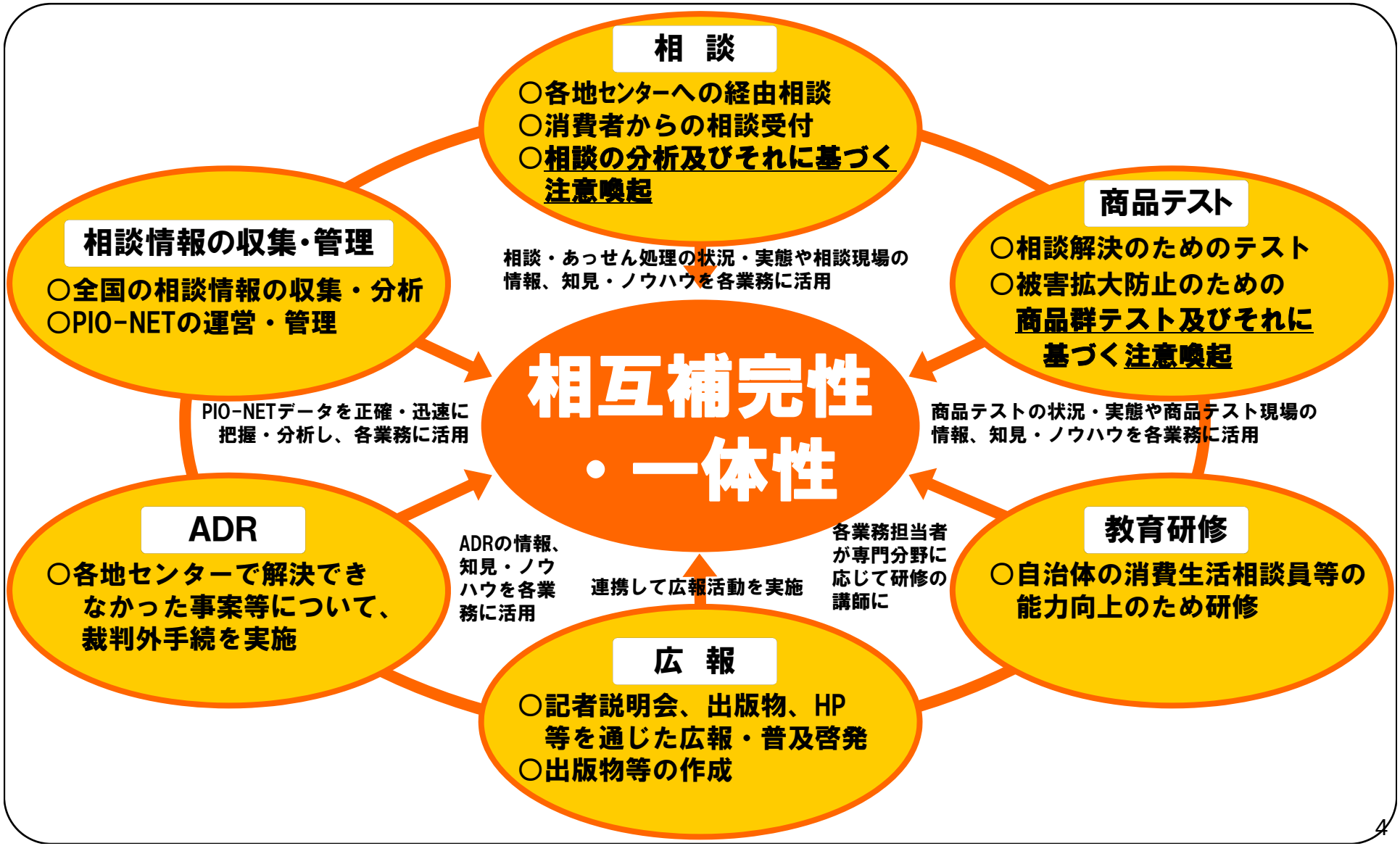
- 消費生活センター等の消費生活相談員や行政職員等の能力向上のための研修
- 資格認定試験を全国各地で実施し、「消費生活専門相談員」資格を認定

⑥ 裁判外紛争解決手続（ADR）

- 「重要消費者紛争」の適切・迅速な解決に向けた裁判外手続を実施
- 手続の結果概要を公表

国民生活センターの各業務の相互補完性・一体性

○相談、商品テスト、相談情報の収集・管理業務を中心に、**双方向に一体となって機能**
○**国民生活センターのブランド力**が各業務の信頼の根拠
○職員の人事異動を通じて、各業務を経験して得た知見を別の業務で活用



国民生活センターの機能

国民生活センターは、各業務の実施を通じて、
消費者被害の予防と救済のための3つの機能を担っている

国民生活センターは、消費者行政における中核的な実施機関として
① 消費者行政の司令塔機能の発揮
② 地方消費者行政の推進
③ 消費者への注意喚起
のいずれにとっても必要不可欠な存在
※「（独）国民生活センターの在り方について」（内閣府特命担当大臣記者会見（平成25年12月13日）での配布資料）より

①行政機関及び事業者団体等への要望、情報提供等
→ **行政機関や事業者団体等に制度や商品等に関する改善要望**
（2014年度：14件。うち９件について制度改正や業務改善等の対応を確認）
→ 行政機関及び事業者団体等への**情報提供**
（2014年度：36件。うち13件について行政処分や業務改善等の対応を確認）

②全国の消費生活センター等に対する支援（地方支援）
→ 全国各地の消費生活相談窓口に対して、ワンストップ・サービスとして以下の支援を実施
○ 各地センター等に相談処理のアドバイス等を行う**経由相談**
○ **平日バックアップ相談**、**休日相談、**及び**お昼の消費生活相談**からあっせん方法等を提供
○ **PIO-NET**等による相談解決に役立つ情報の提供・共有
○ 苦情相談解決のための**商品テスト**
○ **相談員・行政職員への研修**、市町村相談担当者への**巡回訪問支援**
○ 解決困難事案の**裁判外紛争解決手続（ＡＤＲ）**　　等

③消費者に対する注意喚起
→ 消費者被害の拡大防止のため、相談、テスト、PIO情報等に基づき、
消費者に対して積極的に注意喚起
○ 取引関連 ： 悪質商法等による取引被害の拡大防止のため注意喚起
○ 危害関連 ： 人の生命・身体に危害を及ぼす商品事故等の被害拡大防止のため注意喚起
○ 商品テスト関連 ： 商品事故等の被害拡大防止のため商品テストを実施し注意喚起
→ 2014年度は、記者説明会（月2回程度）等を通じて**合計73件**を公表
その他報道機関からの取材件数は**約1,700件/年**（参照：http://www.kokusen.go.jp/news/news.html）

3. 相談

国民生活センターの主な相談業務は以下のとおり

○ 経由相談

・全国の消費生活センター等を支援するため、各地センター等に対して個別の相談（全国的な案件、高度で専門的な案件、小規模な消費生活センターの相談員からの相談等）に関する処理方法のアドバイス等を行う

・チーム制（特商法、金融・保険、情報通信）を設けて専門化・高度化し、高いレベルで各地センター等にアドバイス

○ 消費者ホットラインを活用した地方支援

平日バックアップ相談

消費者庁による「消費者ホットライン」（188番）で、平日に都道府県・政令市の消費生活センター等に電話したが繋がらなかった相談を受付

休日相談（消費者ホットライン経由、平成26年度までの名称は「土日祝日相談」）

土日祝日に相談窓口を開設していない消費生活センター等の支援として、土日祝日に相談受付

○ お昼の消費生活相談

・平日の11時から13時の時間帯に消費者から電話で直接相談を受け付ける。午後は集中的に相談処理を行う

・個別救済とともに、この相談処理で得た手法を各地センターに提供

○ 特定トラブルに関する「110番」

全国的に発生している案件、被害が深刻化している案件、解決困難な案件などの特定テーマについて、実施

結果は、消費者への注意喚起とともに、相談処理の方向性等を消費生活センター等にフィードバック

○ 個人情報相談

消費生活センター等からの個人情報の取扱いに関する相談に対してアドバイス等を行う

○ 消費者トラブルメール箱

消費者被害の実態をリアルタイムで把握するため、インターネットを利用してトラブル情報を収集

相談業務の実績

	件　数				（年度）
	2010	2011	2012	2013	2014
経由相談	5,939	6,344	5,918	7,233	7,687
平日ﾊﾞｯｸｱｯﾌﾟ相談（注1）	―	1,346	3,512	3,375	3,150
お昼の消費生活相談（注2）	―	―	―	2,080	3,072
休日相談（注3）	9,028	8,182	9,177	7,636	7,553
（直接相談）（注4）	7,239	―	―	―	―
各種110番（注5）	震災：（227） 高齢者：（89）	震災：1,603 高齢者：8 出会い系：63 美容医療：128	金儲け：12 高齢者：8	ネット回線：114 高齢者：57	キャッシュレス：67 高齢者：51
個人情報相談（注6）	1,028	213	177	130	117
（合計）	23,550	17,887	18,804	20,625	21,697
消費者ﾄﾗﾌﾞﾙメール箱（注7）	15,431	12,762	13,503	15,058	13,721

（2015年5月31日までの登録分）

（注1）「平日バックアップ相談」は 2011年6月20日からスタート。

（注2）「 お昼の消費生活相談」は2013年7月29日からスタート。

（注3）「休日相談」（「土日祝日相談」（平成26年度までの名称））は 2010年1月16日からスタート、2009年度～2012年度は20回線、2013年度～2014年5月は16回線、2014年6月からは12回線。

（注4） 消費者からの相談を直接受け付ける「直接相談」は、2010年度末で廃止。

（注5） 特設相談電話(110番)。（ ）内は「直接相談」に含まれる件数。高齢者：高齢者110番、震災：震災関連悪質商法110番（2011年3月27日～ 7月29日まで。被災地以外の相談も含む）、出会い系：悪質出会い系サイト被害110番、美容医療：美容医療契約トラブル110番、金儲け： 金儲けソフトトラブル110番、ネット回線：ネット回線勧誘トラブル110番、キャッシュレス：キャッシュレスでの買い物トラブル110番。

（注6） 国民からの個人情報相談の直接受付は、2010年度末で廃止。2011～2014年度の件数は経由相談で受け付けた件数（問合せも含む）。

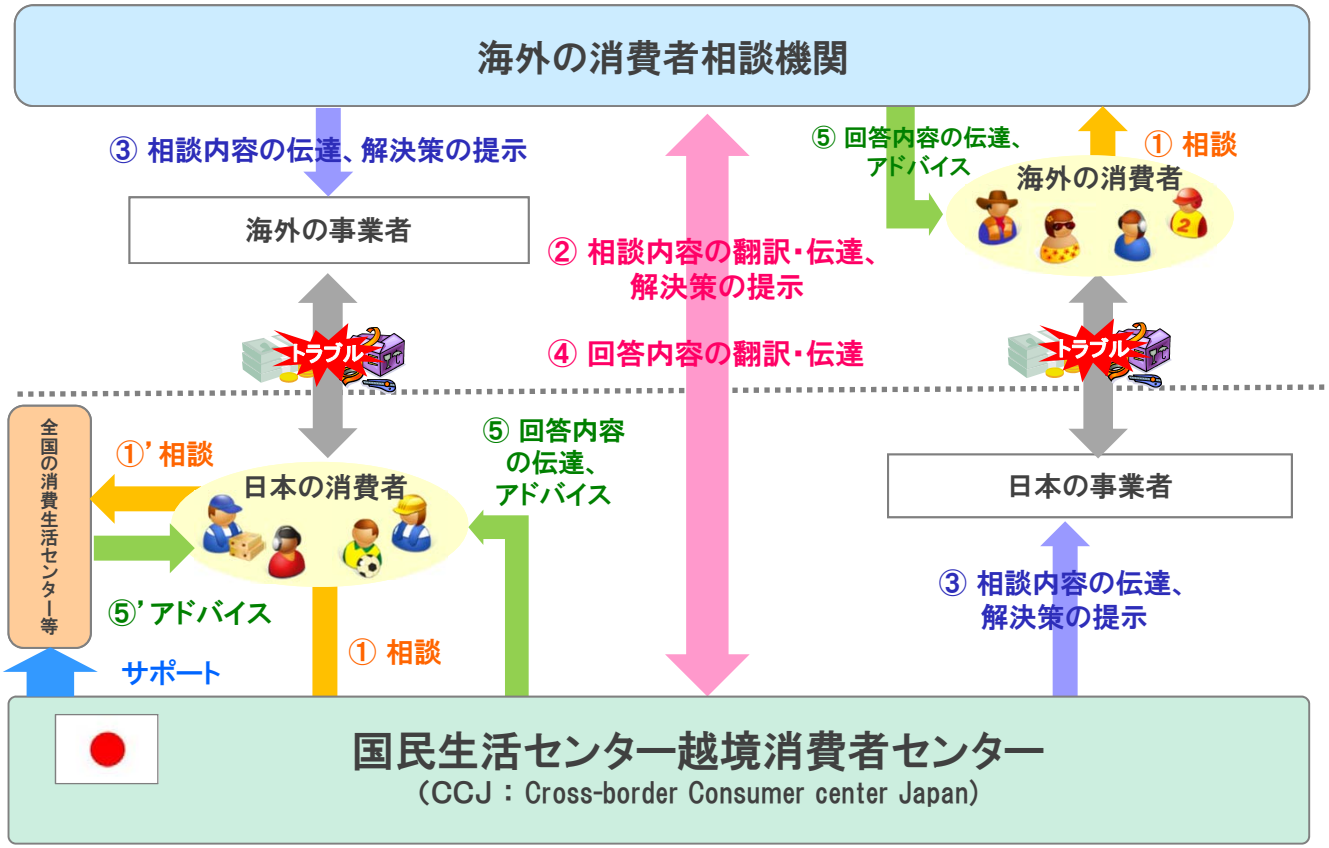
（注7） 件数は受信件数（「消費者トラブルメール箱」へのアクセス数 ： 293,012件、FAQトップページアクセス数 ： 190,438件 （いずれも2014年度））。

国民生活センター越境消費者センター（CCJ）の概要

・「国民生活センター越境消費者センター（CCJ）」は、海外ネットショッピングなど、海外の事業者との取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口。

・CCJでは、海外の消費者相談機関と連携し、海外に所在する相手方事業者に相談内容を伝達するなどして事業者の対応を促し、日本の消費者と海外の事業者のトラブル解決を支援。

【概略図】



【提携先消費者相談機関】

国・地域	機関名
アメリカ カナダ	CBBB (The Council of Better Business Bureaus)
台湾	SOSA (Secure Online Shopping Association)
シンガポール	CASE (Consumer Association of Singapore)
ベトナム	EcomViet (Vietnam E-commerce Development Center)
スペイン	IusMediare (Instituto Internacional de Derecho y Mediacion, SL)
中南米諸国(注)	eInstituto (Instituto Latinoamericano de Comercio Electronico)
ロシア	Center for Mediation and Law (Scientific and Methodological Center for Mediation and Law)
韓国	KCA (Korea Consumer Agency)

（注）アルゼンチン、ブラジル、コロンビア、ベネズエラ、エクアドル、ペルー、パラグアイ、メキシコ、チリ、ドミニカ、スペイン、ポルトガル

相談に基づく注意喚起の例

○ 報道機関向けの公表資料

独立行政法人
国民生活センター

報道発表資料

平成 26 年 9 月 11 日
独立行政法人国民生活センター

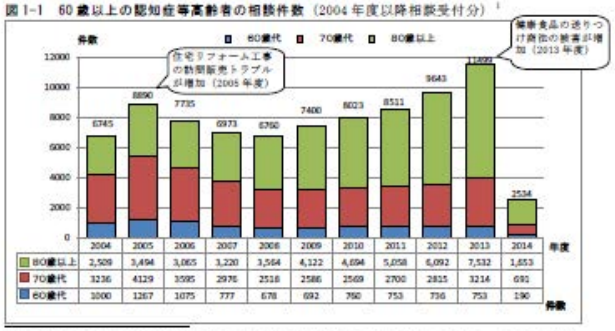
家族や周囲の“見守り”と“気づき”が大切
―認知症等高齢者の消費者トラブルが過去最高に！！―

高齢者の消費者トラブルが年々増加していますが、特に認知症等の理由によって判断能力が不十分な状態になっている高齢者（以下「認知症等高齢者」）の消費者トラブルが、2013年度に1万件を超え過去最高となりました。

認知症の高齢者は今後ますます増加することが見込まれますが、判断能力が不十分な状態であるために、健康食品の送りつけ商法などの被害にあうケースや、ふとんや住宅リフォーム工事等の訪問販売による高額な契約トラブルにあうケースが後を絶ちません。また近年では、インターネットに関連した通信回線契約のトラブルも多くみられるようになりました。

認知症等高齢者の消費者トラブルを防ぐためのポイントは、家族や周囲による“見守り”と“気づき”です。そこで、認知症等高齢者が被害にあいやすいトラブルを紹介するとともに、“見守り”と“気づき”のポイント等について情報提供します。

図 1-1　60 歳以上の認知症等高齢者の相談件数（2004 年度以降相談受付分）[1]



[1]「判断不十分者契約」（精神障害や知的障害、認知症等の加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にある消費者による契約）であることが問題になっている相談のうち、契約当事者の年齢が60歳以上のものについて集計した。2014年7月末日までの登録分。

○ メールマガジンよる注意喚起

消費者トラブルの拡大防止に向けた取り組み
―「プリカ詐欺撲滅！ 強化期間」―

期間 ： 平成27年3月26日(木)～5月31日(日)
期間終了後も継続的に啓発等を実施中

＜実施する取り組み＞

1. 記者説明会における消費者への注意喚起

2. ホームページに特設コーナーを開設
・相談事例やアドバイスに加え、啓発リーフレットや公表資料を紹介
（一社）日本資金決済業協会と連携、同協会特設WEBページでも啓発資料を公開中

3. 啓発ポスター(チラシ)等の作成
・各消費生活センター、消費者団体、大学、関係事業者等に配布
・全国のコンビニエンスストア(約52,000店舗)従業員に情報を共有
・啓発グッズ(ノボリ旗、クリアファイル)の作成

4. 啓発キャラバン隊の結成
・ 消費生活センター相談員向けの研修、
弁護士会等が主催する研修等における講演、啓発等

（ 啓発チラシ）

4. 相談情報の収集・分析・提供

○ 国民生活センターでは、1984年からPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）を通じて、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報を収集し、その内容を分析したうえで国民・消費者への注意喚起などに活用している

○ また、相談情報の収集にあたっては、全国共通の入力ルールの制定・改定や登録された情報の確認・修正などのデータ管理と、システムの運用・保守を担当。情報の精度やシステムの使い勝手の向上を図り、全国の消費生活センターの相談業務を支援している

（注）PIO-NET接続先（2015年10月1日現在）：消費生活センター 1,040カ所、3,266台
中央省庁等 14カ所

○ PIO-NETで収集した相談情報の具体的な活用目的は以下のとおり

① 全国の消費生活センター等の相談業務に対する支援

② 消費者に対する注意喚起

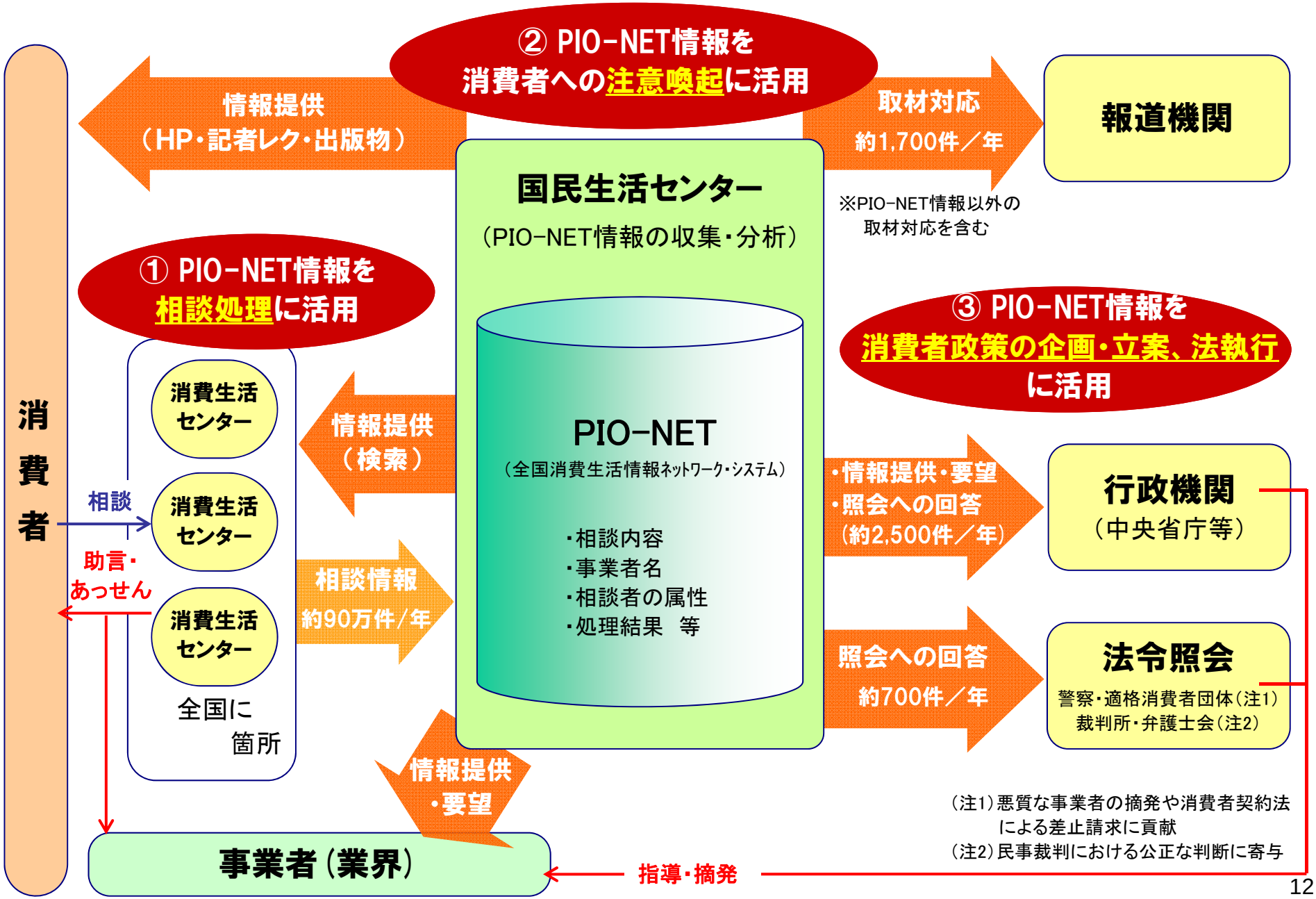
③ 行政機関における消費者政策の企画・立案、法執行　等

○ PIO-NETで収集した相談情報は、最近の数年間は年間約90万件

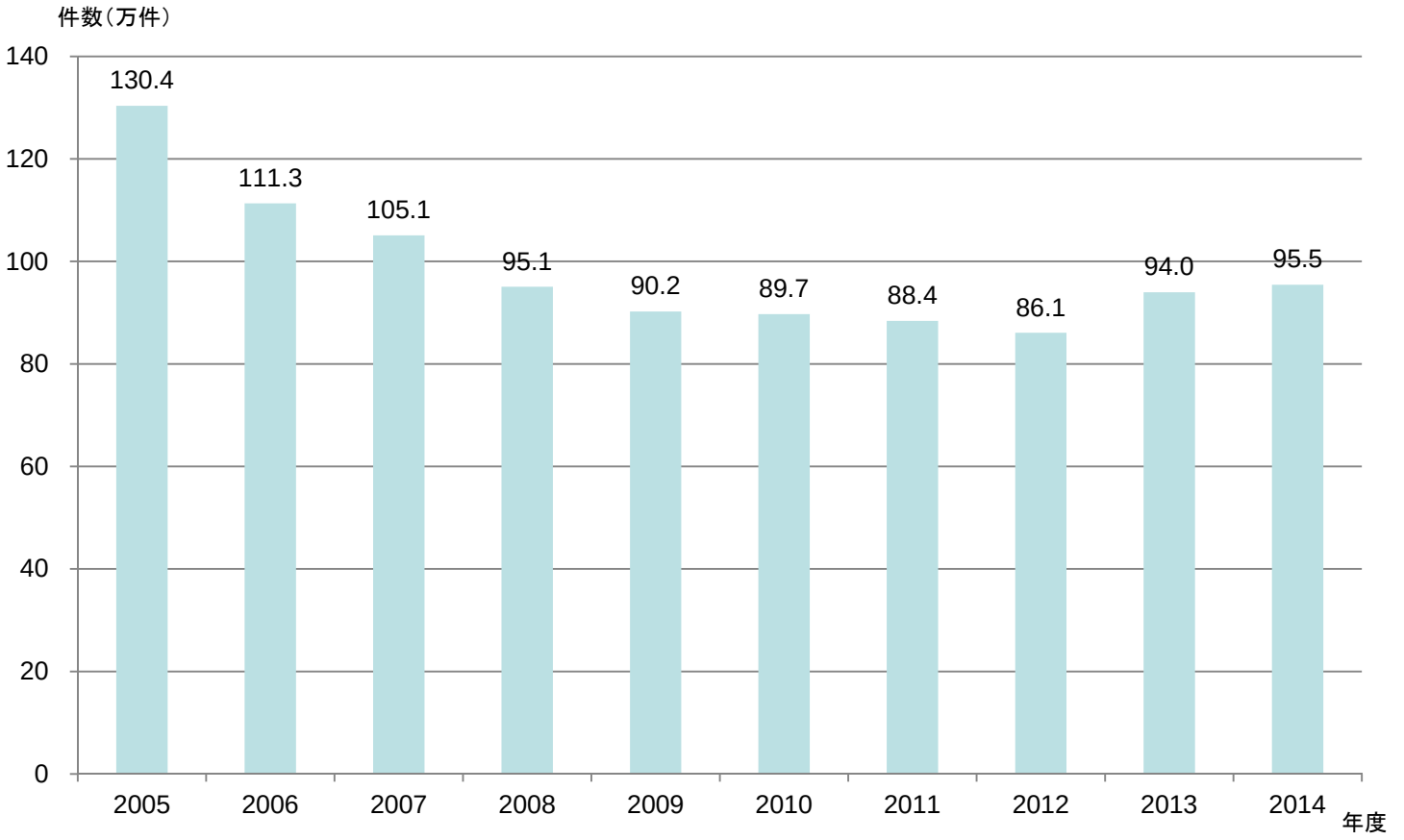
○ PIO-NETの特長

・ 国際的に高く評価されているシステム（信頼性の高い相談情報データベース）
・ わが国の消費者行政の基礎情報

PIO-NET情報の収集と活用



PIO-NETにみる消費生活相談の件数推移



（注1）PIO-NET ： 全国消費生活情報ネットワーク・システム（Practical Living Information Online Network System）

（注2）データは2015年5月31日までの登録分

情報提供依頼等への対応状況

	国会・中央省庁からの情報提供依頼								法令照会への対応						情報公開請求	報道機関の取材	その他
		消費者庁	金融庁	警察庁	経産省	農水省	国会	その他		警察	弁護士会	裁判所	適格消費者団体	その他			
2009年度	715	506	23	5	31	0	75	75	694	251	350	41	52	0	1,089	1,958	36
2010年度	1,215	689	56	144	44	0	167	115	689	275	330	22	61	1	1,146	2,185	40
2011年度	706	318	4	116	32	0	140	96	719	284	365	8	61	1	1,476	1,961	46
2012年度	976	542	0	47	60	0	122	205	803	268	439	26	69	1	1,579	1,728	49
2013年度	1,568	829	9	64	34	1	219	412	839	391	383	12	52	1	1,686	1,910	84
2014年度	2,506	2,016	2	92	11	4	263	118	710	305	347	9	47	2	1,838	1,730	117

（注）「国会・中央省庁」のうち「消費者庁」は2009年8月までは「内閣府」。

5. 商品テスト

国民生活センターの主な商品テスト業務は以下のとおり

○ 消費生活センター等からの商品や技術等に関する問い合わせ・相談

全国の消費生活センター等からの商品や技術等に関する問い合わせ、相談に対応

○ 商品テストの実施

苦情相談解決のためのテスト（テストⅠ）

・消費生活センター等が行う商品に関する苦情相談処理を支援するため、依頼に基づいて商品テストを実施し結果を報告。依頼センターは、テスト結果報告書をあっせん等に活用
・依頼テストは、原則全件対応

注意喚起のためのテスト（テストⅡ）

・テストⅠの結果、苦情品のみならず商品群として問題が考えられる商品や、PIO-NET、医療機関ネットワーク等に報告されている商品の被害情報を分析し、事故の未然防止・拡大防止のためのテストを実施し広く情報を提供
・取扱説明書や規格、基準だけにとらわれない、生活実態に即したテストを実施することで、商品の問題点を指摘

○ 商品関連事故等の分析・調査

PIO-NET、医療機関ネットワーク、医師からの事故情報受付窓口等で収集した情報から、商品やサービスによる危害・危険情報を分析・調査し、消費者に情報を提供

○ 医療機関ネットワーク事業（消費者庁との共同事業）

事故の概要や発生状況などの詳細情報を医療機関から収集し、同種・類似事故の再発防止をはかることを目的として、消費者庁との共同事業として実施

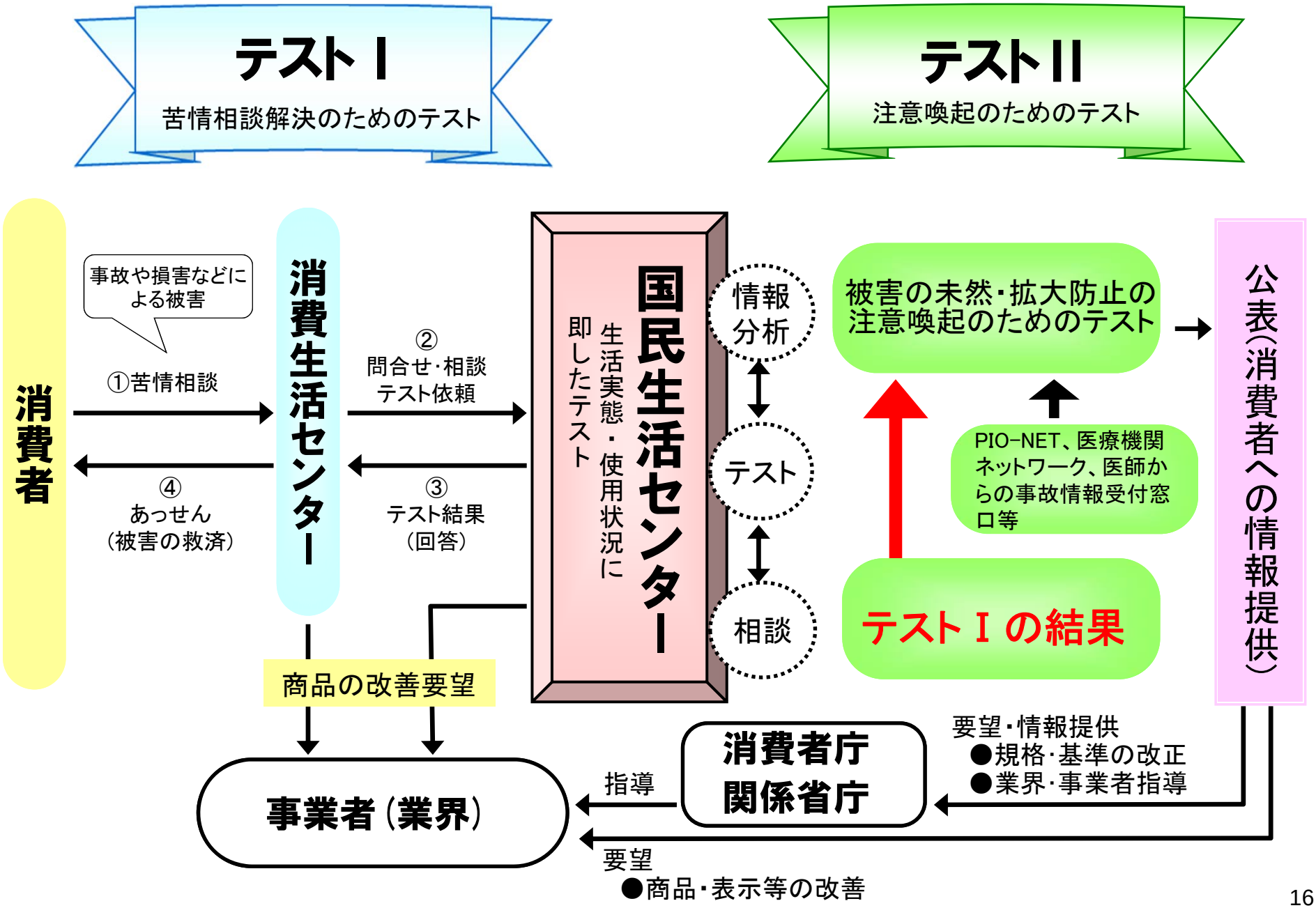
○ 医師からの事故情報受付窓口（ドクターメール箱）

消費生活上の事故について、開業医等の医師の診断結果も踏まえた情報を収集し、同種・類似事故の再発防止をはかることを目的として、受付窓口をホームページ上に開設

○ 食品中の放射線量測定のフォローアップ（消費者庁との共同事業）

自治体向け放射性物質測定機器貸与事業のフォローアップとして、スクリーニングレベル(基準値の半分)を超えた食品等の精密検査を受託し、Ge半導体式検出器でテストしたデータを報告

商品テストの概要


テストⅠ
苦情相談解決のためのテスト
テストⅡ
注意喚起のためのテスト
消費者
事故や損害などによる被害
①苦情相談
④
あっせん
（被害の救済）
消費生活センター
②
問合せ･相談
テスト依頼
③
テスト結果
（回答）
国民生活センター
生活実態・使用状況に即したテスト
情報分析
テスト
相談
商品の改善要望
被害の未然･拡大防止の注意喚起のためのテスト
PIO-NET、医療機関ネットワーク、医師からの事故情報受付窓口等
テストⅠの結果
公表（消費者への情報提供）
事業者（業界）
指導
消費者庁
関係省庁
要望･情報提供
●規格･基準の改正
●業界･事業者指導
要望
●商品･表示等の改善

国民生活センターの商品テストの特徴

項　目	特　徴
対象商品	衣食住・乗り物等、消費生活に関する幅広い商品がテスト対象
業務内容	商品の問題（安全・品質・性能・表示等）を明確にするテスト
スタンス	○消費者・生活者の目線に立ったテスト ○取扱説明書の使用方法や規格・基準だけにとらわれない生活実態を踏まえたテスト
公表	○苦情相談を解決するために実施したテスト（テストⅠ）のうち相談の解決が図られたり、商品等が改善された事例を公表 ○注意喚起のためのテスト（テストⅡ）は商品名・事業者名を原則公表 ○商品に問題がある場合は、事業者に改善等を要望するとともに、規格・基準の制定、見直し等を行政へ要望
効果	○苦情相談解決に活用（被害者の救済） ○消費者被害の未然防止・拡大防止のために注意喚起 ○消費者目線で商品改善や規格・基準等を改正要望

商品テスト業務の実績

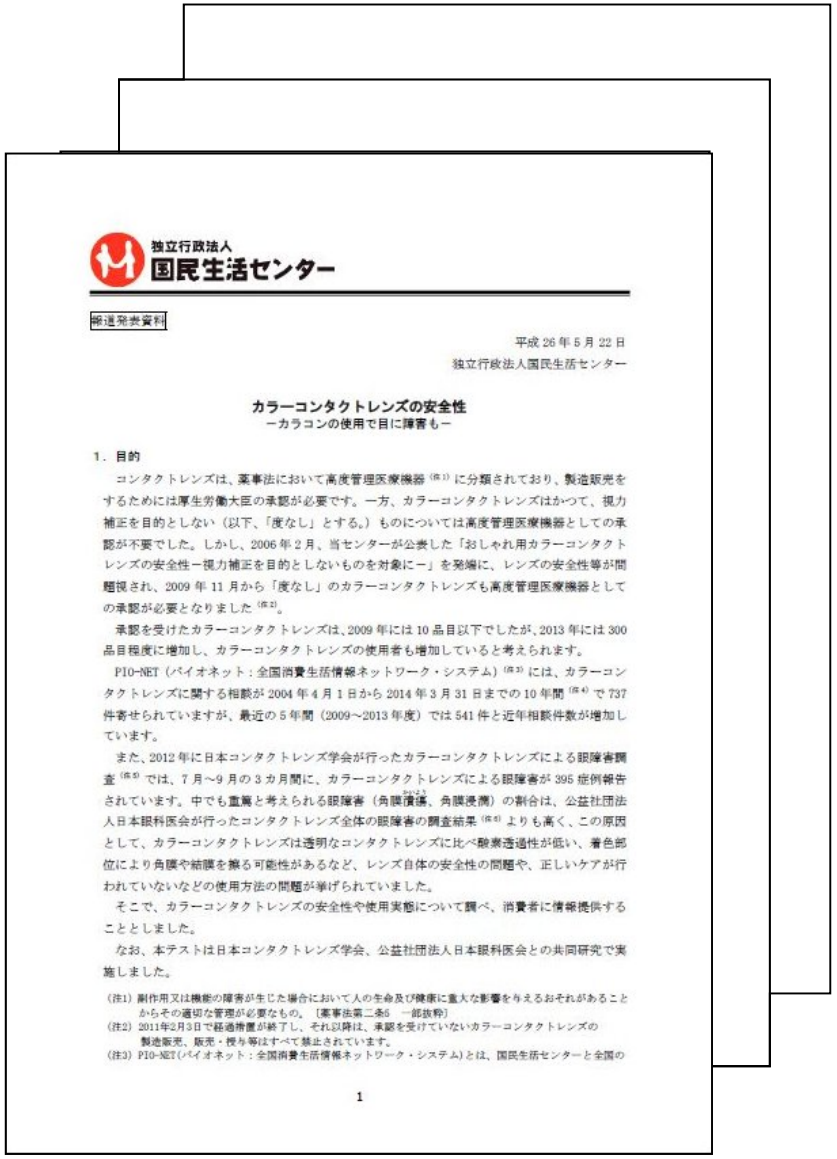
分　類	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
（1）消費生活センター等からの商品や技術等に関する問合せ・相談	775 件	1,126 件	1,280 件	1,467 件	1,399件
（2）テストⅠ：消費生活センター等からの苦情相談解決のためのテスト	139 件 369 商品	225 件 523 商品	253 件 608 商品	233 件 482 商品	204 件 425商品
（3）テストⅡ：被害の未然防止・拡大防止の注意喚起のためのテスト	13 件 167 商品	11 件 342 商品	10 件 143 商品	12 件 234 商品	13 件 163商品
（4）食品中の放射線量測定※1（フォローアップ事業）	―	―	35 件	81 件	33件
（5）商品関連トラブル防止のための情報提供※2	21 件 <内訳> テストⅠ ― 件 テストⅡ 13 件 事故情報等 8 件	37 件 <内訳> テストⅠ 18 件 テストⅡ 11 件 事故情報等 8 件	45 件 <内訳> テストⅠ 24 件 テストⅡ 10 件 事故情報等 11 件	42 件 <内訳> テストⅠ 24 件 テストⅡ 12 件 事故情報等 6 件	37 件 <内訳> テストⅠ 20 件 テストⅡ 13 件 事故情報等 4 件

※1 2012年度より実施

※2 注意喚起のためのテスト、相談解決のためのテスト、商品関連事故情報等

商品テストに基づく注意喚起の例

○ 報道機関向けの公表資料



独立行政法人
国民生活センター

報道発表資料

平成 26 年 5 月 22 日
独立行政法人国民生活センター

カラーコンタクトレンズの安全性
－カラコンの使用で目に障害も－

1．目的

コンタクトレンズは、薬事法において高度管理医療機器（注1）に分類されており、製造販売をするためには厚生労働大臣の承認が必要です。一方、カラーコンタクトレンズはかつて、視力補正を目的としない（以下、「度なし」とする。）ものについては高度管理医療機器としての承認が不要でした。しかし、2006 年 2 月、当センターが公表した「おしゃれ用カラーコンタクトレンズの安全性－視力補正を目的としないものを対象に－」を発端に、レンズの安全性等が問題視され、2009 年 11 月から「度なし」のカラーコンタクトレンズも高度管理医療機器としての承認が必要となりました（注2）。

承認を受けたカラーコンタクトレンズは、2009 年には 10 品目以下でしたが、2013 年には 300 品目程度に増加し、カラーコンタクトレンズの使用者も増加していると考えられます。

PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム）（注3）には、カラーコンタクトレンズに関する相談が 2004 年 4 月 1 日から 2014 年 3 月 31 日までの 10 年間（注4）で 737 件寄せられていますが、最近の 5 年間（2009～2013 年度）では 541 件と近年相談件数が増加しています。

また、2012 年に日本コンタクトレンズ学会が行ったカラーコンタクトレンズによる眼障害調査（注5）では、7 月～9 月の 3 カ月間に、カラーコンタクトレンズによる眼障害が 395 症例報告されています。中でも重篤と考えられる眼障害（角膜潰瘍、角膜浸潤）の割合は、公益社団法人日本眼科医会が行ったコンタクトレンズ全体の眼障害の調査結果（注6）よりも高く、この原因として、カラーコンタクトレンズは透明なコンタクトレンズに比べ酸素透過性が低い、着色部位により角膜や結膜を擦る可能性があるなど、レンズ自体の安全性の問題や、正しいケアが行われていないなどの使用方法の問題が挙げられていました。

そこで、カラーコンタクトレンズの安全性や使用実態について調べ、消費者に情報提供することとしました。

なお、本テストは日本コンタクトレンズ学会、公益社団法人日本眼科医会との共同研究で実施しました。

（注1）副作用又は機能の障害が生じた場合において人の生命及び健康に重大な影響を与えるおそれがあることからその適切な管理が必要なもの。（薬事法第二条5　一部抜粋）
（注2）2011年2月3日で経過措置が終了し、それ以降は、承認を受けていないカラーコンタクトレンズの製造販売、販売・授与等はすべて禁止されています。
（注3）PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム）とは、国民生活センターと全国の

1

○ リーフレット「くらしの危険」

くらしの危険 Number 320

カラーコンタクトレンズの安全性

瞳の色や大きさを変えられるとして若い女性に人気のカラーコンタクトレンズですが、使用により重い眼障害が起こったという報告が多数あります。

カラーコンタクトレンズには通常の透明なコンタクトレンズよりも眼障害を起こしやすい傾向がありますので、使用する場合には、そういったリスクを十分に理解した上で、必ず眼科を受診し眼科医の処方に従ったレンズを選択するようにしましょう。

カラーコンタクトレンズは高度管理医療機器です

カラーコンタクトレンズは、視力補正を目的としないもの（度の入っていないもの）でも高度管理医療機器です。通常の透明なコンタクトレンズと同様にレンズの使用方法やケア方法を誤ると、重い眼障害につながることがあります。

1

商品テスト具体例　①後を絶たない、まつ毛エクステンションの危害

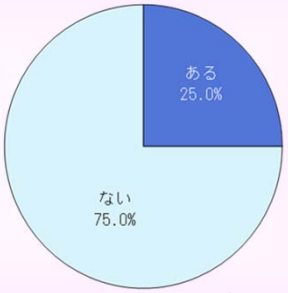
PIO-NETに多数の危害情報が寄せられ続けている

○ 2010年（5年前）に既に「まつ毛エクステンションの危害」を公表し、消費者へ注意喚起、消費者庁に危害の未然防止、拡大防止を要望
○ 消費者庁が厚生労働省に危害防止の更なる徹底を要請
　→美容師の養成課程における教育の充実と消費者への情報提供等の取組の徹底へ
○ 2010年度以降も、危害情報は、毎年100件以上と減少傾向はみられない
　→施術者の知識、技術不足、施術中に用いられる接着剤が原因で危害が発生した事例、無免許で施術を行っている事例等

施術に用いられる接着剤には、法律による成分の規制はない

・過去1年間に施術を受けた女性1,000人のアンケート調査では、4人に1人がトラブルを経験
・施術に用いられる接着剤の成分は、アレルギー性皮膚反応を引き起こすおそれや眼刺激性のある物質の配合が確認された

異変や違和感の経験



（n=1,000）

○事業者へ要望
・施術に用いられる接着剤について、より安全性の高い商品の開発等
・利用者に対して、健康被害などリスクについて分かりやすく十分な説明を行うこと等
・技術と知識を備えた美容師を早急かつ着実に育成すること
○行政へ要望
・施術に用いられる接着剤について、安全性を担保させるよう対応策
・技術と知識を備えた美容師の早急な育成を業界に促すとともに、利用者への情報提供の取組の徹底を指導すること
・美容師法に抵触するおそれのある施術所や施術者に関する調査及び指導

○消費者庁、厚生労働省が、都道府県等に対し、業界への指導、健康被害等の情報収集等について依頼
○厚生労働省が、業界団体に対し、まつ毛エクステンションに関する技術取得の促進等について依頼
○業界団体が、トラブルの未然防止を目的に会議を開催

②過信は禁物！息を吹きかけて呼気中のアルコール濃度を調べる測定器

－運転の可否の判断には使用しないで！－

テストⅠ（苦情相談解決のためのテスト）を実施

約2年前に購入して使用していたアルコールチェッカーの精度が最近疑わしいとの相談が寄せられ、テストを実施したところ、**測定完了を知らせる電子音は鳴る**ものの、調べた濃度域での指示値は**全て「0」を示し**、全く測定できなかった。

○PIO-NETには、測定の精度が疑わしいとの相談が寄せられていた（5年あまりで36件）
○使用者が正常に作動しているか否かを確認することは困難
○機器の測定動作に異常等がない限り、検知できなくなっていても、そのまま気が付かず　に使用して、測定結果を信用してしまう可能性がある

テストⅡ（注意喚起のためのテスト）で1万円未満の6製品を調査

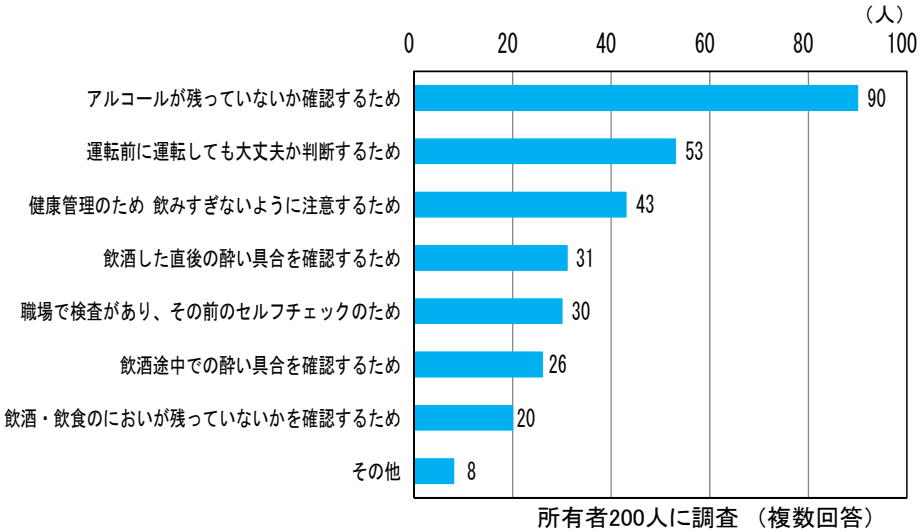
- 同じエタノール濃度でも吹きかける強さによって値が変わるものがあった
- 使用回数を重ねると指示値が大きく変動
- 表示に、センサーの使用可能回数や劣化、交換等について記載がないものも

○事業者へ要望

- 運転の判断に使用するものと考えている人が多くみられたため、消費者が誤認しないよう広告や表示等の改善
- センサーの寿命や感度の変動等が分かるよう、機能、注意表示等の充実及び確実に正しい測定ができるよう商品や使用方法の説明の改善
- 商品の個体差を減らすよう品質管理の徹底

○行政に情報提供

運転の可否の判断に使用している人も約3割いる



所有者200人に調査　（複数回答）

○国土交通省が公表同日（平成27年 2月19日）、旅客運送業関連の6団体に対し、機器の適切な運用及び管理について通達を発出

○平成27年6月23日　アルコール検知器の製造・販売に携わる17社が加盟した業界団体「アルコール検知器協議会」が発足し、　機器の検定制度化、普及啓発に取り組む

6. 広報・普及啓発

1. 国民・消費者への注意喚起を行うため、記者説明会を機動的に実施

○ 2014年度は記者説明会の開催（21回）等を通じて、73件を報道発表
○ 主な報道回数は在京6紙で106回、テレビ・ラジオで73回
○ その他取材件数は約1,700件/年

記者説明会等を通じた報道発表件数（年度）

2010	2011	2012	2013	2014
68 件	88 件	78 件	80件	73件

2. ホームページでの迅速な情報掲載・運用等

○ 総ページ閲覧数は、約5,200万ページ/年
○ 消費者問題のポータルサイトとして、約3万ファイルの情報を公開
○ 消費者行政関係者等へメールマガジン配信。受信者約3万6,000人
○ Web版国民生活（全国の消費生活センターには簡易冊子（印刷物）も無償配布）

3. 出版物の発行

○ くらしの豆知識 ：くらしに関する情報をまとめ、年に一度発行（販売部数25万部/2014年度） 等

4. 見守り事業の実施

○ 見守り新鮮情報 ： 高齢者・障がい者やその周りの方々に悪質商法、製品事故等の情報をいち早く伝えるメールマガジン。年32回発行（2014年度）。メール受信者約2万人
○ 子どもｻﾎﾟｰﾄ情報 ： 子育て世帯向けのメールマガジン。年13回発行（2014年度）

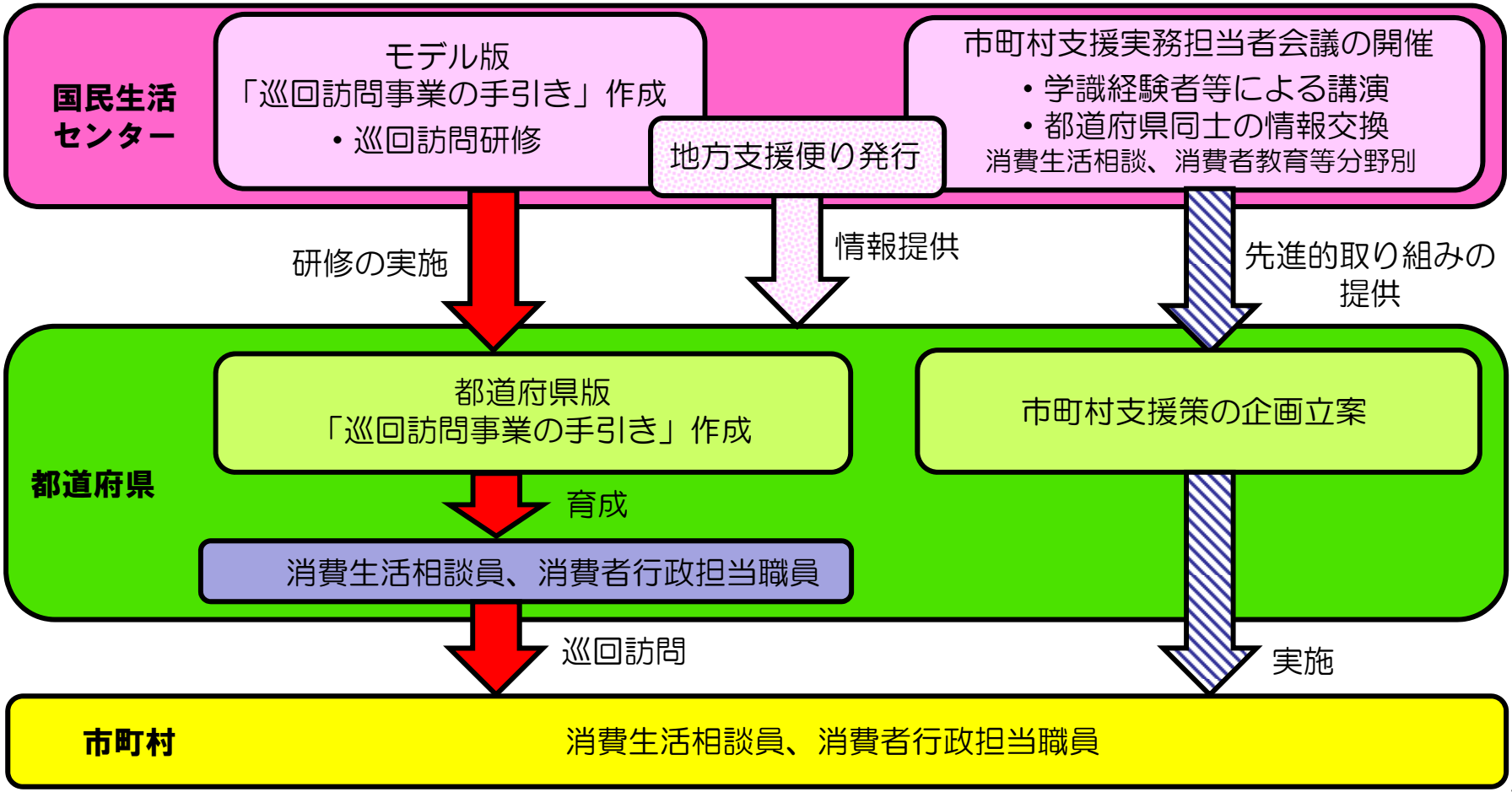
5. 出前講座用テキストの作成

○ 高齢者向けと若者向け、2種類の出前講座用テキストを作成。
全国の消費生活センターにデータを提供

地域消費生活相談支援事業

・巡回訪問は、集合研修では得られない相談受付処理の実務能力習得に効果的である。都道府県が市町村を対象に実施する、「巡回訪問事業」の質の向上及び円滑な運営を支援する。

・都道府県の市町村支援策の充実を図るために、これらの実務を担当する都道府県消費者行政職員を対象に、先進的な取り組みを行っている自治体の事例紹介などを通じて、施策の企画立案力の向上に資することを目的とした「市町村支援実務担当者会議」を開催する。



7．教育研修・資格制度

○ 地方公共団体の消費者行政職員や消費生活相談員、企業の消費者部門担当者、教員等を対象に消費者問題・消費者教育に関する研修を実施（1971年（昭和46年）より消費者行政職員研修を開始）

○ 消費者行政職員向けの研修では、消費者行政の推進に必要となる実務知識などを習得するための研修を実施

○ 特に、消費生活相談員向けの研修では、消費者問題に関する知識だけでなく、消費生活相談において必要となる具体的な技法や、消費生活相談に携わるうえで求められる相談員としての心構えや意識・考え方などを習得するための研修を実施

○ 2015年度からは、相模原事務所研修施設を活用し消費者行政職員および消費生活相談員向けに適正人数による事例検討型・参加体験型の研修を重点的に実施するとともに、消費者教育の推進を支援するため、社会福祉関係者・学校教育関係者など受講対象者の拡大を積極的に実施。また要望に応じた地方開催の研修や遠隔研修を実施

〔2015年度研修実施計画（予定）〕

消費者行政 職員研修	・管理職講座(3)※ ・職員講座 基礎編（3）※ ・職員講座 連携編【新設】(2)※ ・職員講座 実務編（4）※ 計　12 コース
消費生活相談員研修	・消費生活相談員基礎講座（2）※ ・専門・事例講座（26）※ ・専門講座　地域コース（10） ・相談カード作成セミナー（6）※ ・相談関連業務支援コース（13） ・消費生活相談特別講座【新設】(2)※ 計　59 コース
遠隔研修	・消費生活相談員対象 ・消費者行政職員対象 ・消費者教育推進関連 計　9 コース

※相模原研修施設で開催する研修

消費者教育推進 のための研修	・消費者教育に携わる講師養成講座 未経験者・初心者コース（3）※ 対象者別スキルアップコース（6）※ ・消費者教育学生セミナー（1）※ ・教員を対象にした消費者教育講座（1）※ ・見守りのための消費者教育講座【新設】(2)※ 計　13 コース
消費者リーダー研修	・全国消費者フォーラム（1） 計　1 コース
企業職員研修	・コンプライアンスセミナー【新設】(10)※ ・コンプライアンスセミナー（地域コース）【新設】(2) 計　12 コース

合計　106コース

（相模原研修施設での研修71コース）

消費生活相談員のレベルアップ研修の充実

全国各地の消費生活センターの相談員の能力及び知識水準の向上等を図るため、相談員のレベルアップに向けた教育・研修の充実を図っている

【専門・事例講座】

2014年度は、2222名が受講（10コース）

各分野ごとに、最新の事例に基づき相談処理に必要な専門知識や技法を学ぶ

［2015年度 実施予定のテーマ］

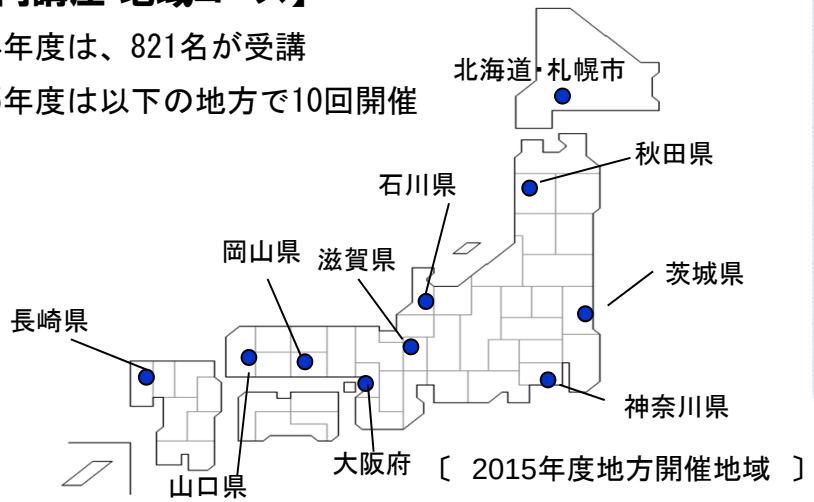
- 契約トラブル（自動車、特定商取引法等）
- ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ・ｽﾏｰﾄﾌｫﾝの消費者トラブル
- 製品の安全性と表示
- 多重債務相談への対応
- 金融・保険をめぐる消費者トラブル
- 対応困難者の相談対応関連
- 不動産取引等をめぐる消費者トラブル

*講座風景

【専門講座 地域コース】

2014年度は、821名が受講

2015年度は以下の地方で10回開催

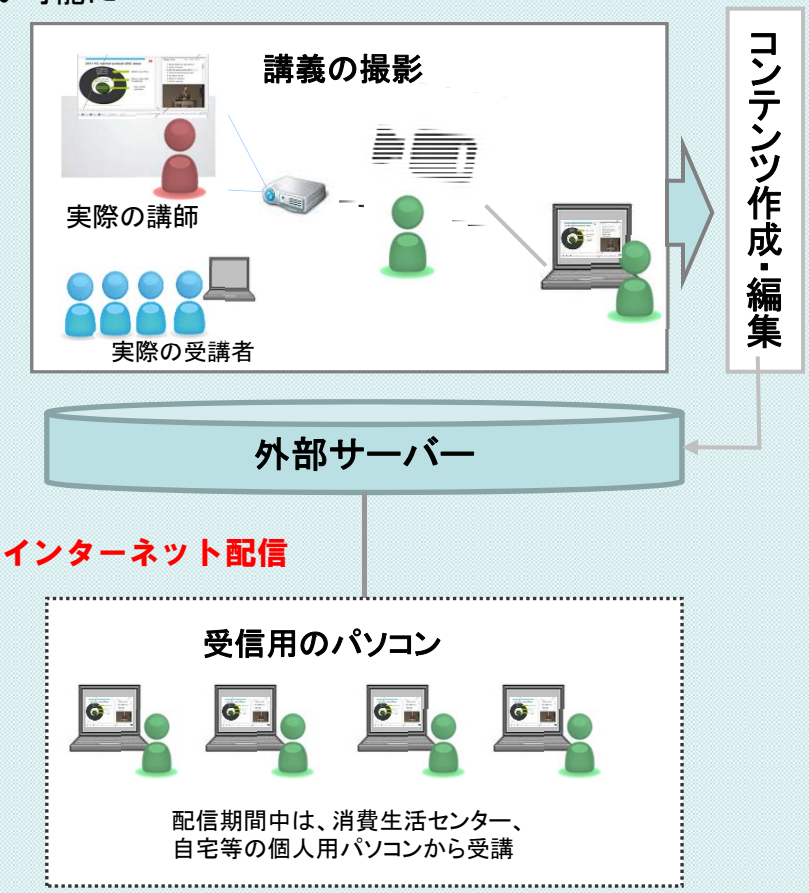


〔 2015年度地方開催地域 〕

【(D-ラーニング研修(遠隔研修)コース】

D-ラーニング研修について消費生活相談員を中心に本格実施

これにより、全国各地域でレベルアップ研修を受講することが可能に



国民生活センターの研修実績

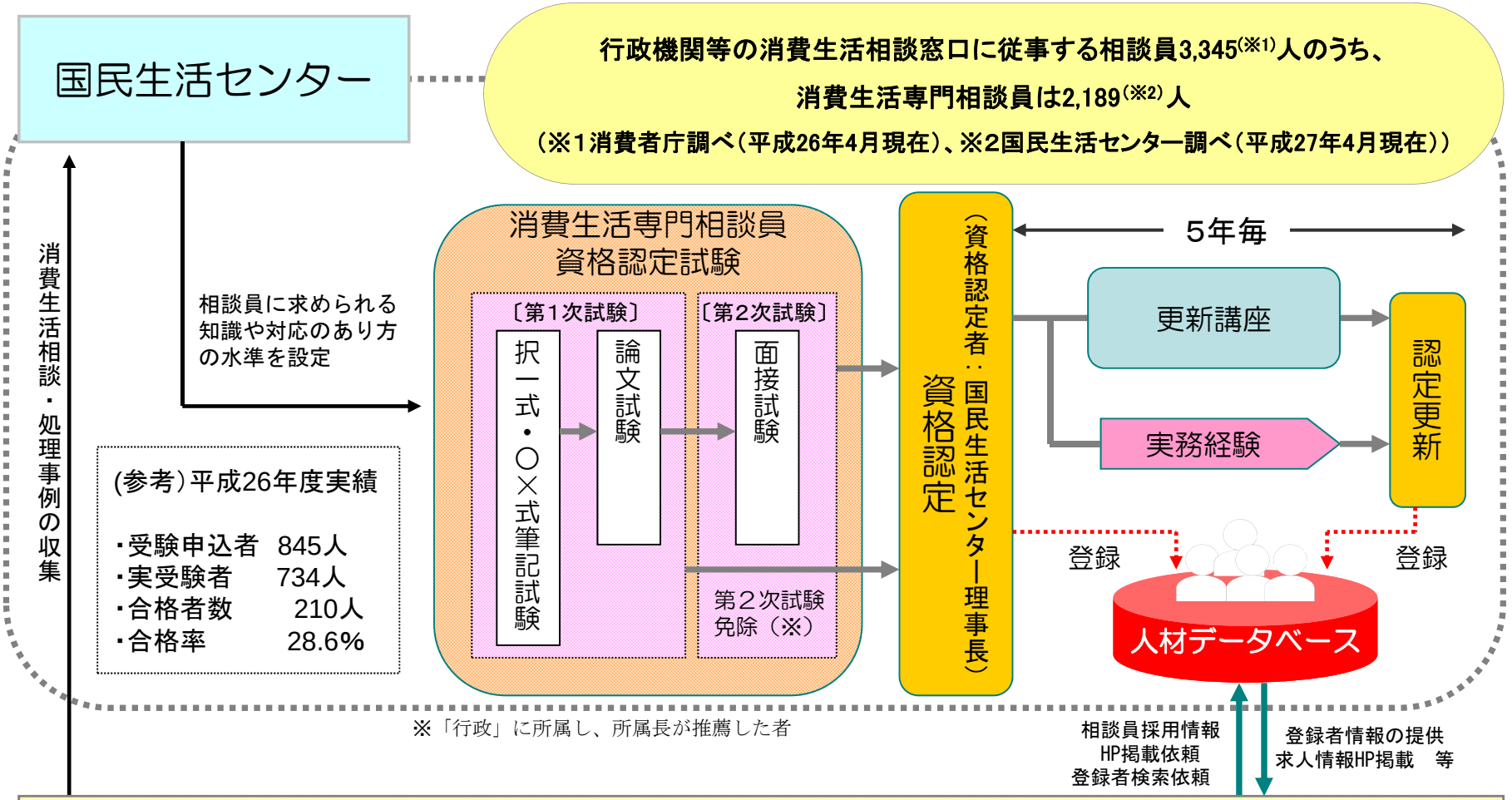
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
集合研修コース数合計	78	64	59	57	97
予定人員	5,590	6,480	6,430	5,910	7,376
受講者数	6,971	6,675	6,154	5,787	

D-ラーニング研修	コース数	－	18	5	8	9
	受講者数 （アンケート回答者数）	－	830	2,894	3,766	

※　2012年度のD-ラーニング研修は、試行的にIDを希望する都道府県・政令指定都市に配付し、期間を限定して実施

「消費生活専門相談員」資格認定制度

国・地方公共団体等で消費生活相談業務に携わる相談員の能力・資質の向上、新たな人材の確保等を図るため、「消費生活専門相談員」資格認定試験を平成3年より全国各地で毎年実施し、資格を認定（累計5,641人、平成27年4月現在）。



8. 裁判外紛争解決手続（ADR：Alternative Dispute Resolution）

国民生活センター 裁判外紛争解決手続（ADR）の特徴

○独立した紛争解決委員会を国民生活センターに設置
○解決が全国的に重要である紛争（特定分野に限定されない）について「和解の仲介」と「仲裁」を実施
○法律や取引等に関する知識・経験を有する者から15名の委員と、特別委員35名を任命（計50名）

＜ADR手続の実績＞

（単位：件）

	事前問合せ	和解の仲介										
		申請	手続終了	和解成立	和解不成立	手続非応諾	応諾後不調	当事者より取下	却下	結果概要の公表	事業者名含む公表	義務履行の勧告
2009年度	639	106	57	26	20	6	14	10	1	31	11	0
2010年度	817	137	103	53	37	13	24	11	2	76	17	8
2011年度	955	150	179	122	45	18	27	11	1	147	17	0
2012年度	1,078	151	159	84	46	15	31	22	7	120	17	4
2013年度	1,139	151	159	82	58	19	39	7	12	139	32	3
2014年度	1,063	167	155	83	55	20	35	12	5	132	26	4

※1：2015年４月末現在　　※2：仲裁の申請は、現在までのところ無し

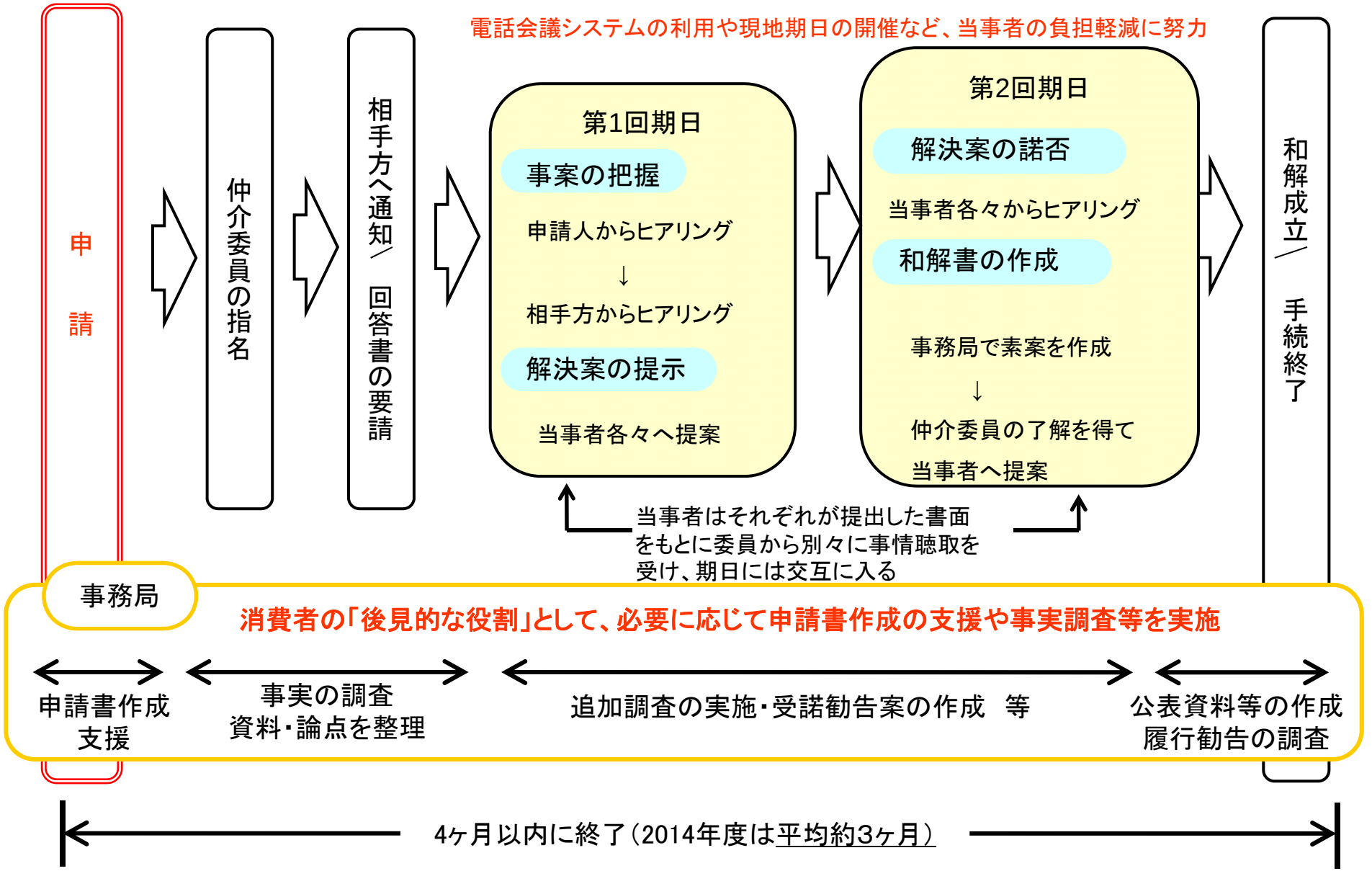
○ 消費生活センター等の相談を経たものは約7割を占める

○ 実質的に手続を行った事案（却下・取下げを除く）の和解率は約6割で推移
⇒ 一定規模の紛争処理を実施しつつ、高い和解率を維持

○ 手続が終了した事案のうち約8割について結果概要を公表、そのうち一部は事業者名を特定して公表

○ ADR手続きの中で得たノウハウや情報を、紛争解決の指針として各地センター等に情報提供

紛争解決手続の主な流れと事務局の役割



（参考）国民生活センターの位置づけ

● 消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）

（国民生活センターの役割）

第二十五条　独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

● 独立行政法人国民生活センター法（平成十四年法律第百二十三号）

（センターの目的）

第三条　独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）は、国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施することを目的とする。

第十条　センターは、第三条の目的を達成するため、次に掲げる業務を行う。

一　国民に対して国民生活の改善に関する情報を提供すること。
二　国民生活に関する国民からの苦情、問合せ等に対して必要な情報を提供すること。
三　前二号に掲げる業務に類する業務を行う行政庁、団体等の依頼に応じて国民生活に関する情報を提供すること。
四　国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行うこと。
五　国民生活に関する情報を収集すること。
六　重要消費者紛争の解決を図ること。
七　前各号の業務に附帯する業務を行うこと。